

## SOSIALISASI PENINGKATAN KUALITAS DAN PEMASARAN PRODUK BATAKO SEBAGAI SOLUSI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DUSUN DASAN BARU DESA SUKARARA

### *OUTREACH PROGRAM ON ENHANCING THE QUALITY AND MARKETING OF BATAKO PRODUCTS AS A SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY IN DUSUN DASAN BARU, SUKARARA VILLAGE*

Nidya Putri Syahida<sup>1\*</sup>, Siti Yulianah M. Yusuf<sup>2</sup>, Iswan<sup>2</sup>, Nasruddin<sup>2</sup>

<sup>1</sup>)Administrasi Negara Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

<sup>2</sup>)Administrasi Niaga, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

\*Email korespondensi: [putrinidyasyahida@gmail.com](mailto:putrinidyasyahida@gmail.com)

#### *Abstract*

*Concrete block products are among the most widely used building materials in infrastructure development, both in urban and rural settings. However, the quality of concrete blocks produced by small-scale rural enterprises often does not meet established standards and is further constrained by limited marketing strategies. This community service program aims to improve the knowledge and skills of concrete block producers in the partner village through outreach, training, and mentoring focused on product quality improvement and marketing enhancement. The methods implemented include problem identification, educational sessions, hands-on training on standardized concrete block production, and digital-based marketing workshops. The results demonstrate an increase in participants' knowledge, improved product quality characterized by denser and more uniform concrete blocks, and the development of more diverse marketing strategies. This program contributes to sustainable development by strengthening the local economy and creating employment opportunities.*

**Keywords:** Concrete Blocks, Marketing, Product Quality, Sustainable Development, Village

#### **Abstrak**

Produk batako merupakan salah satu material bangunan yang banyak digunakan dalam pembangunan infrastruktur, baik di perkotaan maupun pedesaan. Namun, kualitas batako yang dihasilkan oleh pelaku usaha kecil di pedesaan sering kali belum sesuai standar, serta menghadapi keterbatasan dalam strategi pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha batako di desa mitra melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dalam aspek peningkatan kualitas serta pemasaran produk. Metode kegiatan meliputi identifikasi masalah, penyuluhan, praktik pembuatan batako sesuai standar, serta pelatihan pemasaran berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta, perbaikan kualitas batako yang lebih padat dan seragam, serta terbentuknya strategi pemasaran yang lebih variatif. Kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan melalui penguatan ekonomi masyarakat dan penciptaan lapangan kerja.

**Kata kunci:** Batako, Pemasaran, Kualitas Produk, Pembangunan Berkelanjutan, Desa



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 28 November 2025; Disetujui: 15 Desember 2025; Terbit: 19 Desember 2025

## PENDAHULUAN

Pembangunan desa merupakan fondasi penting dalam mewujudkan pembangunan nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Pembangunan desa merupakan upaya untuk memperbaiki kualitas hidup Masyarakat (Maksum & Boekoesoe, 2022). Desa memiliki potensi sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi basis kegiatan ekonomi produktif. Namun, banyak desa di Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan struktural seperti rendahnya kapasitas pelaku usaha lokal, kurangnya akses terhadap teknologi produksi, keterbatasan pengetahuan pemasaran, serta minimnya inovasi produk. Kondisi tersebut juga terlihat di berbagai desa yang memiliki kegiatan produksi batako sebagai salah satu usaha rumahan, namun kualitas produk yang dihasilkan belum memenuhi standar teknis dan daya saing pasar.

Dalam konteks ini, pembangunan desa menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat lokal untuk menggali potensi lokal yang dimiliki oleh desa (Endah, 2020). Pembangunan desa tidak hanya berbicara tentang pertumbuhan ekonomi, tetapi juga peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui partisipasi aktif dan penguatan kelembagaan lokal. Hal tersebut dilakukan untuk dapat meminimalisir ketimpangan Pembangunan desa dan perkotaan (Widyawati et al., 2024). Hal tersebut selaras dengan undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Dimana dalam undang-undang tersebut disampaikan bahwa kondisi desa saat ini sudah jauh lebih berkembang dan berhak untuk diberikan perlindungan sehingga dapat membuat desa lebih berkembang, kuat, maju, mandiri, dan demokratis. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan konsistensi dari pemerintah mulai dari perumusan perencanaan, penentuan data awal sampai dengan pelaksanaan dan evaluasinya (Syahida & Suryaningsih, 2024). Pendekatan pembangunan desa modern menempatkan masyarakat sebagai aktor utama, sehingga transfer pengetahuan mengenai teknik produksi dan pemasaran menjadi bagian penting yang harus diperkuat. Dusun dasan baru desa Sukarara kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah terkenal dengan kerajinan kain tenunnya, dimana banyak masyarakat yang mengadu nasib pada usaha tersebut sehingga terjadi persaingan yang cukup tinggi di

kalangan pengrajin, oleh sebab itu pemerintah perlu untuk mencari alternatif lain yang dapat dikembangkan di desa Sukarara ini, salah satunya adalah kerajinan batako. Hal tersebut dikarenakan bahan baku yang mudah diperoleh di desa ini, namun diperlukan edukasi agar usaha ini dapat berkembang untuk jangka Panjang.

Salah satu tantangan dalam usaha ini adalah peningkatan kualitas produk batako. Secara konseptual, kualitas didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memenuhi standar, kebutuhan, dan harapan pengguna. Pengendalian kualitas produksi yang dimaksud harus mencakup bahan baku, proses produksi, dan menentukan kualitas akhir (Nurkholiq et al., 2019). Hal ini sangat relevan dalam konteks produksi batako. Produk batako yang baik harus memiliki tingkat kepadatan, kekuatan tekan, campuran air dan ukuran yang konsisten (Mallisa, 2011). Untuk mencapainya, diperlukan pengetahuan mengenai komposisi bahan baku, teknik pencampuran, proses pencetakan, serta prosedur pengeringan yang benar. Hal ini berpengaruh pada pemilihan material, mesin, cuaca, dan lingkungan (Alfajri & Prasetyo, 2025). Ketidaktepatan dalam salah satu proses tersebut dapat berdampak langsung terhadap kualitas akhir produk. Dimana kualitas produk tentunya menjadi salah satu faktor loyalitas konsumen (Bali, 2022)

Pada saat yang sama, keberlanjutan usaha batako tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan produsen dalam memasarkan produknya, Dimana diperlukan strategi yang tepat untuk melakukannya. Strategi pemasaran harus dilakukan dengan perencanaan dan taktik yang tepat agar dapat menambah jumlah pelanggan (Haque-Fawzi et al., 2022). Memperkuat pemasaran dapat meningkatkan daya saing suatu produk sehingga usaha yang dijalankan dapat tumbuh dan berkembang (Kembang & Kalbuadi, 2024). Pemasaran yang tepat untuk dilakukan pada era saat ini Adalah pemasaran konvensional dan digital (Nawari & Ulfa, 2020), memberikan kerangka bagaimana produk lokal dapat diperkenalkan secara lebih luas. Konsep pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk memahami bagaimana memperkuat identitas produk, menentukan harga yang kompetitif, memperluas jangkauan distribusi, serta menjalankan strategi promosi yang efektif. Di era digital, teori pemasaran

modern menekankan penggunaan media sosial, branding, dan digital marketplace sebagai sarana untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Yusniar et al., 2024), yang sebelumnya tidak terjangkau oleh pemasaran tradisional. Hal ini sangat relevan untuk dilakukan mengingat tidak banyak yang mengetahui bahwa desa Sukarara, khususnya dusun dasan baru juga dapat dikembangkan usaha batako selain usaha songket yang sudah cukup terkenal.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi sangat relevan untuk membantu desa dalam meningkatkan kualitas dan pemasaran produk batako. Melalui sosialisasi dan pelatihan teknis, diharapkan pelaku usaha batako di dusun dasan baru desa Sukarara mampu menghasilkan produk yang lebih berkualitas serta memiliki daya saing di tingkat lokal maupun regional. Upaya ini sekaligus mendukung pencapaian pembangunan desa berkelanjutan melalui peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal.

## METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu (1) identifikasi kebutuhan, (2) persiapan, (3) pelaksanaan, dan (4) evaluasi serta tindak lanjut (Yuli & Efendi, 2022). Dimana dalam setiap tahapan melibatkan Masyarakat sebagai actor utama dalam upaya perubahan, bukan hanya sebagai penerima manfaat ataupun sebagai penerima pasif melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR) (Utami et al., 2025).

### 1. Identifikasi Kebutuhan (Need Assessment)

Tahap awal dilakukan untuk memetakan kondisi usaha batako di desa mitra melalui:

- Observasi proses produksi, kualitas produk, dan peralatan yang digunakan.
- Wawancara dengan pengrajin batako untuk mengidentifikasi kendala utama.
- Analisis potensi pasar dan kapasitas awal mitra.

### 2. Persiapan Kegiatan

Tahap ini mencakup:

- Penyusunan materi pelatihan peningkatan kualitas batako dan pemasaran.

- Penyediaan alat, bahan, dan media sosialisasi.
- Koordinasi dengan pemerintah desa dan kelompok usaha terkait teknis pelaksanaan.

### 3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan inti terdiri atas tiga kegiatan utama:

#### a. Sosialisasi Pembangunan Desa Berkelanjutan

Memberikan pemahaman mengenai pentingnya peningkatan kualitas produk lokal sebagai bagian dari penguatan ekonomi desa.

#### b. Pelatihan Peningkatan Kualitas Batako

Meliputi:

- Pengenalan standar teknis batako.
- Demonstrasi dan praktik langsung teknik pencampuran, pencetakan, dan pengeringan yang sesuai SOP.
- Perbaikan proses produksi agar menghasilkan batako yang lebih kuat dan konsisten.

#### c. Pelatihan Pemasaran Produk

Berfokus pada:

- Pengenalan strategi pemasaran 4P.
- Pembuatan katalog produk sederhana.
- Pemanfaatan media sosial (WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram) untuk promosi.

### 4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan setelah pelatihan melalui:

- Perbandingan kualitas batako sebelum dan sesudah kegiatan.
- Penilaian keterampilan peserta saat praktik.
- Kajian efektivitas teknik pemasaran yang dipelajari.

Tindak lanjut dilakukan melalui pendampingan berkala, monitoring produksi, serta dorongan pembentukan jejaring pemasaran dengan toko bangunan di sekitar desa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu (1) identifikasi kebutuhan, (2) persiapan, (3) pelaksanaan, dan (4) evaluasi serta tindak lanjut

(Yuli & Ahmad Efendi, 2022). Dimana dalam setiap tahapan melibatkan Masyarakat sebagai actor utama dalam upaya perubahan, bukan hanya sebagai penerima manfaat ataupun sebagai penerima pasif melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR) (Utami et al., 2025).

### 1. Identifikasi Kebutuhan (Need Assessment)

Tahap awal dilakukan untuk memetakan kondisi usaha batakko di desa mitra melalui:

- Observasi proses produksi, kualitas produk, dan peralatan yang digunakan.
- Wawancara dengan pengrajin batakko untuk mengidentifikasi kendala utama.
- Analisis potensi pasar dan kapasitas awal mitra.

### 2. Persiapan Kegiatan

Tahap ini mencakup:

- Penyusunan materi pelatihan peningkatan kualitas batakko dan pemasaran.
- Penyediaan alat, bahan, dan media sosialisasi.
- Koordinasi dengan pemerintah desa dan kelompok usaha terkait teknis pelaksanaan.

### 3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan inti terdiri atas tiga kegiatan utama:

#### a. Sosialisasi Pembangunan Desa Berkelanjutan

Memberikan pemahaman mengenai pentingnya peningkatan kualitas produk lokal sebagai bagian dari penguatan ekonomi desa.

#### b. Pelatihan Peningkatan Kualitas Batakko

Meliputi:

- Pengenalan standar teknis batakko.
- Demonstrasi dan praktik langsung teknik pencampuran, pencetakan, dan pengeringan yang sesuai SOP.
- Perbaikan proses produksi agar menghasilkan batakko yang lebih kuat dan konsisten.

#### c. Pelatihan Pemasaran Produk

Berfokus pada:

- Pengenalan strategi pemasaran 4P.
- Pembuatan katalog produk sederhana.
- Pemanfaatan media sosial (WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram) untuk promosi.

### 4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan setelah pelatihan melalui:

- Perbandingan kualitas batakko sebelum dan sesudah kegiatan.
- Penilaian keterampilan peserta saat praktik.
- Kajian efektivitas teknik pemasaran yang dipelajari.

Tindak lanjut dilakukan melalui pendampingan berkala, monitoring produksi, serta dorongan pembentukan jejaring pemasaran dengan toko bangunan di sekitar desa.

## PEMBAHASAN

### 1. Pembahasan Hasil Identifikasi Kebutuhan

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan hanya pada minimnya alat, tetapi pada ketidaktahuan standar teknis produksi. Hal ini memperkuat teori pembangunan desa yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas masyarakat sebagai aktor pembangunan (*community centered development*). Keterbatasan pemasaran juga menunjukkan perlunya intervensi pada aspek non-teknis agar usaha lokal dapat bertahan di pasar.



Gambar 1. Diskusi persiapan Pelaksanaan Kegiatan

### 2. Pembahasan Hasil Persiapan

Tahap persiapan yang matang memastikan kegiatan dapat dilakukan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Penyusunan modul berbasis kebutuhan lapangan merupakan implementasi dari prinsip *appropriate technology*, yaitu pemilihan teknologi yang sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan kemampuan masyarakat desa.

### 3. Pembahasan Hasil Pelaksanaan

#### a. Sosialisasi Pembangunan Desa Berkelanjutan

Sosialisasi berhasil memperluas pemahaman peserta mengenai pentingnya peningkatan kualitas dan pemasaran sebagai bagian dari pembangunan desa. Hal ini sejalan dengan teori pembangunan berkelanjutan yang menekankan penguatan ekonomi lokal melalui pemanfaatan sumber daya desa secara efektif dan efisien.

#### b. Pelatihan Kualitas Produk Batako

Perubahan signifikan pada kualitas batako menunjukkan bahwa pelatihan praktis dengan pendekatan demonstrasi sangat efektif untuk meningkatkan kemampuan teknis masyarakat.

Penerapan komposisi bahan yang tepat, teknik pencampuran yang benar, serta proses pengeringan sesuai SOP mendukung teori kualitas seperti *conformance to specification* dan *fitness for use*. Hasil yang lebih padat dan seragam membuktikan bahwa standar produksi sederhana dapat meningkatkan daya saing produk secara signifikan.

#### c. Pelatihan Pemasaran Produk

Peningkatan keterampilan pemasaran digital membuktikan bahwa pelaku usaha mikro di pedesaan mampu beradaptasi dengan teknologi promosi modern jika diberikan panduan yang mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya strategi 4P untuk mengendalikan nilai produk di pasaran. Penggunaan media sosial sebagai kanal promosi efektif karena murah, mudah diakses, dan dapat menjangkau pembeli di luar desa.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan

### 4. Pembahasan Hasil Evaluasi dan Tindak Lanjut

Peningkatan kualitas batako dan meningkatnya pemahaman pemasaran adalah bukti bahwa kegiatan pengabdian mampu memberikan dampak nyata. Evaluasi menunjukkan adanya perubahan sikap, pengetahuan, dan keterampilan peserta. Pendampingan lanjutan memastikan keberlanjutan program, sesuai prinsip *sustainable community empowerment*, di mana perubahan tidak hanya berhenti pada pelatihan tetapi diperkuat melalui monitoring berkala.

**KATALOG PRODUK BATAKO DASAN BARU**  
Usaha Batako Berkualitas – Kuat, Presisi, dan Siap Kirim

Lokasi:  
Dusun Dasan Baru,  
Desa Sukarara, Kec.  
Jonggat, Lombok Tengah

☎ 08xx-xxxx-xxxx

Layanan:  
Siap kirim wilayah  
Lombok Tengah & sekitarnya

<b>1 BATAKO PRESS STANDAR</b> Ukuran sicon 40 cm x 20 cm Padat, presisi, cocok untuk dinding rumah & bangunan umum Pengeringan: 7-14 hari sesuai SOP	<b>2 BATAKO PRESS SUPER (KUALITAS TINGGI)</b> Shamkenra: 0 - 14 hari Penecanan sten s lumingan beraunan pi- Paket 1.000 pcs Rp 2.650.000
<b>3 BATAKO TEBAL (HEAVY DUTY)</b> 40cm x 20 cm x 15 cm Pargan, seribua tasem nunga dinding ambal pengan an Paket 1.000 pcs Rp 3.600.000	<b>4 PAVING BLOCK (OPSIONAL, JIKA USAHA MENGEMBANG)</b> Layanan: Rp 120.000 / m <sup>2</sup> Bataronggi ssar manapian beberan Paket 1.000 pcs Rp 120.000 m <sup>2</sup>

Gambar 3. Contoh Pamflet untuk Promosi di Medsos dan Marketplace

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas dan pemasaran produk batak di desa. Untuk keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan terkait akses permodalan, penguatan kelembagaan, serta perluasan jaringan pemasaran melalui kerja sama dengan pemerintah desa dan BUMDes.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih peneliti sampaikan kepada jajaran Pimpinan Kampus STIA Mataram yang telah mensupport program pengabdian ini, dan kepada jajaran pimpinan Kantor Desa Sukarara, Kepala Dusun Dasan Baru dan Peserta Pelatihan yang telah mensukseskan kegiatan ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, M., & Prasetyo, B. A. (2025). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Batak Di UKM Cetak Batak Sobirin. *Computer and Science Industrial Engineering*, 13(3).
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat: Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1).
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, N., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Kembang, L. P., & Kalbuadi, A. (2024). Meningkatkan Keterampilan Pemasaran Bagi Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(3).
- Maksum, T. S., & Boekoesoe, L. (2022). Pembudidayaan Ekosistem Mangrove sebagai Kawasan Ekowisata dan Pencegahan Abrasi Pantai. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(1), 219–225. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v1i1.1.12104>
- Mallisa, H. (2011). Studi Kelayakan Kualitas Batak Hasil Produksi Industri Kecil Di Kota Palu. *Media Litbang Sulawesi Tengah*, 4(2).
- Nawari, N., & Ulfa, L. A. (2020). Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Pemasaran Konvensional dan Digital. *ProBank*, 5(2), 176–192. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i2.724>
- Nurkholiq, A., Saryono, O., & Setiawan, I. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Ilmu Manajemen*, 6(2).
- Syahida, N. P., & Suryaningsih, S. (2024). Integration of Sustainable Development Pillars in the RPJPD Document of West Lombok Regency. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 10(2), 237–245. <https://doi.org/10.30996/jpap.v10i2.11969>
- Utami, V. Y., Syahida, N. P., Nasruddin, N., & Kartini, F. (2025). Optimalisasi Potensi Pisang: Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga di Dusun Berambang, Desa Batu Putih, Kecamatan Sekotong. *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian Dan Pembangunan Lokal*, 2(3), 200–208. <https://doi.org/10.62951/masyarakatmandiri.v2i3.1939>
- Widyawati, W., Sulmiah, S., Saguni, D. S., & Djabbari, M. H. (2024). Strategi Pemerintah Kabupaten Jeneponto dalam Pelaksanaan Kebijakan SDGs Desa untuk Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Administrasi Publik*, 20(1).
- Yuli, Y. F. & Ahmad Efendi. (2022). Psikoedukasi Upaya Mencegah dan Melawan Perundungan (Bullying &

Cyberbullying) di SMP Unggulan  
Habibulloh. *Jompa Abdi: Jurnal  
Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 15–23.  
<https://doi.org/10.55784/jompaabdi.v1i3.182>

Yusniar, M. W., Rifani, A., Dewi, M. S.,  
Redawati, R., Asma, R., Stiadi, D.,  
Abidin, M. Z., & Budiman, A. (2024).  
Pelatihan Digital Marketing Berbasis  
Media Sosial Dan Marketplace Bagi  
UMKM Di Lahan Basah. *Jurnal  
Pengabdian Masyarakat Bangsa*,  
2(10), 4492–4499.  
<https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i10.1774>